

## BAB IV

### DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

###### a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner atau angket pada pembeli toko surya. Di mana jumlah keseluruhan kuesioner yang disebarakan sebanyak 100 kuisioner. Pengambilan sampel sendiri menggunakan teknik *sampling insidental* yaitu teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan. Syarat pengolahan data dengan analisis SPSS versi 24. Berikut rincian pengumpulan data peneliti dengan kuesioner:

Tabel 4.1

Rincian Penerimaan dan Pengambilan Kuesioner:

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebarakan	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100%

**Sumber:** data primer yang diolah, 2023.

## b. Deskripsi Data Responden

### 1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin pembeli toko surya yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JK					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	86	86,0	86,0	86,0
	Perempuan	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan pada keterangan tabel diatas, diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 86 orang dengan resentase 86% dan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 14 orang dengan presentase 14%. Dengan demikian, maka pelanggan took surya yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh pelanggan berjenis kelamin perempuan.

### 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Alamat pelanggan toko surya yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

## Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

		ALAMAT			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pamekasan	68	68.0	68.0	68.0
	Sampang	7	7.0	7.0	75.0
	Sumenep	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Melihat pada keterangan tabel diatas, maka dapat diketahui informasi responden berdasarkan alamat yaitu responden yang beralamat pamekasan berjumlah 68 orang dengan presentase 68,0%, untuk responden yang beralamat sumenep berjumlah sebanyak 25 orang dengan presentase 25,0%, dan untuk responden yang beralamat sampan berjumlah 7 orang dengan presentase 7,0%. Dengan demikian pelanggan toko surya yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh pelanggan yang memiliki alamat di pamekasan.

### c. Skala Pengukuran Responden

#### 1) Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

Tanggapan dari responden terkait variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel 4.5

## Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk

No Item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	27	27,0	72	72,0	1	1,0	-	-	-	-	100

2	21	21,0	78	78,0	1	1,0	-	-	-	-	100
3	59	59,0	41	41,0	-	-	-	-	-	-	100
4	41	41,0	59	59,0	-	-	-	-	-	-	100
5	42	42,0	58	58,0	-	-	-	-	-	-	100
6	54	54,0	46	46,0	-	-	-	-	-	-	100
<b>Jumlah</b>	244		354		2		-	-	-	-	600

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan kualitas produk ( $X_1$ ) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 244 responden dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 6 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab setuju sebanyak 354 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 6 item pernyataan yang diberikan kepada responden, dan menjawab kurang setuju sebanyak 2 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 6 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
 \text{skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum KS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{(n \times 5 \times 6)} \\
 &= \frac{\{(244 \times 5) + (354 \times 4) + (2 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{(100 \times 5 \times 6)} \\
 &= \frac{\{1.220 + (1.416) + (6) + (0) + (0)\}}{(3.000)} \\
 &= \frac{2.636}{3.000} \\
 &= 0,878 \times 100\% \\
 &= 87,8\% \text{ (sangat kuat)}
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) =  $100 \times 5 \times 6$ . Skor tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 6, jumlah responden = 100, dan

jumlah skor pengumpulan data = 2.636, berarti variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berdasarkan kepuasan pelanggan pada toko surya yaitu  $2.636 : 3.000 = 87,8\%$ .

## 2) Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga ( $X_2$ )

Tanggapan dari responden terkait variabel harga ( $X_2$ ) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga

No Item	SS		S		KS		TS		STS		Jml
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	75	75,0	25	25,0	-	-	-	-	-	-	100
2	75	75,0	25	25,0	-	-	-	-	-	-	100
3	36	36,0	64	64,0	-	-	-	-	-	-	100
4	44	44,0	56	56,0	-	-	-	-	-	-	100
5	66	66,0	34	34,0	-	-	-	-	-	-	100
6	53	53,0	47	47,0	-	-	-	-	-	-	100
7	56	56,0	44	44,0	-	-	-	-	-	-	100
8	56	56,0	44	44,0	-	-	-	-	-	-	100
<b>Jml</b>	461		339		-	-	-	-	-	-	1000

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan harga ( $X_2$ ) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 461 responden dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 8 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab setuju sebanyak 339 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 8 item pernyataan yang diberikan kepada

responden, dan menjawab kurang setuju tidak ada dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 8 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
 \text{skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum KS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{(n \times 5 \times 10)} \\
 &= \frac{\{(461 \times 5) + (339 \times 4) + (0 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{(100 \times 5 \times 8)} \\
 &= \frac{\{(2.305) + (1.356) + (0) + (0) + (0)\}}{(4.000)} \\
 &= \frac{3.661}{4.000} \\
 &= 0,915 \times 100\% \\
 &= 91,5\% \text{ (sangat kuat)}
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) =  $100 \times 5 \times 8$ . Skor tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 8, jumlah responden = 100, dan jumlah skor pengumpulan data = 3.661, berarti variabel harga ( $X_2$ ) berdasarkan kepuasan pelanggan toko surya yaitu  $3.661 : 4.000 = 91,5\%$ .

### **3) Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan Toko Surya (Y)**

Tanggapan dari responden terkait variabel kepuasan pelanggan toko surya (Y) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel 4.7

## Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan

No Item	SS		S		KS		TS		STS		Jm I
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	56	56,0	44	44,0	-	-	-	-	-	-	100
2	15	15,0	56	56,0	29	29,0	-	-	-	-	100
3	47	47,0	49	49,0	4	4,0	-	-	-	-	100
4	8	8,0	51	51,0	41	41,0	-	-	-	-	100
5	7	7,0	38	38,0	55	55,0	-	-	-	-	100
6	56	56,0	44	44,0	-	-	-	-	-	-	100
7	41	41,0	58	58,0	1	1,0	-	-	-	-	100
8	45	45,0	55	55,0	-	-	-	-	-	-	100
<b>Jumlah</b>	275		395		130		-	-	-	-	800

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan kepuasan pelanggan toko surya (Y) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 275 responden dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 8 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab setuju sebanyak 395 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 8 item pernyataan yang diberikan kepada responden, dan menjawab kurang setuju sebanyak 130 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 10 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
 \text{skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum KS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{(n \times 5 \times 8)} \\
 &= \frac{\{(275 \times 5) + (395 \times 4) + (130 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{(100 \times 5 \times 8)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{\{(1.375) + (1.580) + (390) + (0) + (0)\}}{(4.000)} \\
&= \frac{3.345}{4.000} \\
&= 0,836 \times 100\% \\
&= 83,6\% \text{ (sangat kuat)}
\end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) =  $100 \times 5 \times 8$ . Skor tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 8, jumlah responden = 100, dan jumlah skor pengumpulan data = 3.345, berarti variabel kepuasan pelanggan toko surya (Y) yaitu  $3.345 : 4.000 = 83,6\%$ .

## **B. Pembuktian Hipotesis**

### **1. Uji Kualitas Data**

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan. Peneliti menggunakan analisis dengan SPSS versi 24. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas.

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  untuk *degrre of fredom* ( $df$ ) =  $n - 2$ , dimana  $n$  merupakan jumlah sampel dan *alpha* ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan nilai  $r$  positif, maka item tersebut dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini besarnya  $df = 100 - 2$  atau  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$ , sehingga diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0.196. Selanjutnya, hasil perhitungan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel  $X_1$ 

Item	Koefisien Korelasi	$r_{tabel}$	Validitas
X1.1	0,627	0,196	Valid
X1.2	0,914	0,196	Valid
X1.3	0,643	0,196	Valid
X1.4	0,776	0,196	Valid
X1.5	0,918	0,196	Valid
X1.6	0,719	0,196	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Variabel  $X_2$ 

Item	Koefisien Korelasi	$r_{tabel}$	Validitas
X2.1	0,590	0,196	Valid
X2.2	0,391	0,196	Valid
X2.3	0,503	0,196	Valid
X2.4	0,627	0,196	Valid
X2.5	0,571	0,196	Valid
X2.6	0,792	0,196	Valid
X2.7	0,598	0,196	Valid

X2.8	0,763	0,196	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	Koefisien Korelasi	r <sub>tabel</sub>	Validitas
Y.1	0,581	0,196	Valid
Y.2	0,763	0,196	Valid
Y.3	0,570	0,196	Valid
Y.4	0,684	0,196	Valid
Y.5	0,550	0,196	Valid
Y.6	0,626	0,196	Valid
Y.7	0,509	0,196	Valid
Y.8	0,505	0,196	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Keterangan:  $r_{hitung} > 0,196$ , maka valid

$r_{hitung} < 0,196$ , maka tidak valid

Hasil uji validitas butir kuesioner pada Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan kepuasan pelanggan toko surya (Y) dinyatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , seperti yang tertera pada tabel diatas.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Uji reliabilitas dengan menggunakan teknik

*Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* suatu variabel  $> 0,60$  maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach Alpha* suatu variabel  $< 0,60$  maka instrumen tersebut tidak reliabel. Berikut ini adalah Tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.11

## Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
X1	0,862	Reliabel
X2	0,756	Reliabel
Y	0,747	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, maka semua indikator dari variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan toko surya pada tabel diatas dikatakan reliabel, karena *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$ . Oleh karena itu, indikator yang digunakan oleh variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan toko surya dapat dipercaya untuk bisa digunakan sebagai alat ukur variabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan suatu pengujian untuk memastikan bahwa model atau data yang telah dibuat layak digunakan atau terbebas dari kesalahan. Terdapat empat test yang harus dilakukan dalam uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi korelasi. Ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF (*varian inflation factor*). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil analisis data untuk uji multikolinieritas menggunakan SPSS 24. Berikut hasil analisis data untuk uji multikolinieritas:

Tabel 4.12

## Hasil Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
	B			Beta				
1	(Constant)	-1.991	2.535		-.786	.434		
	TOTALX1	.486	.085	.397	5.732	.000	.695	1.439
	TOTALX2	.620	.081	.533	7.696	.000	.695	1.439

a. Dependent Variable: TOTALLY

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel hasil uji multikolinieritas diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dalam model persamaan regresi. Hal ini karena masing-masing variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari 10.

### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah di dalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada sebelumnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada masalah autokorelasi. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi gejala autokorelasi adalah uji *Durbin Watson*. Dengan taraf signifikan 5%. Hasil pengolahan data uji *Durbin Watson* menggunakan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13

#### Hasil Uji *Durbin Watson*

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.822 <sup>a</sup>	.676	.670	1.558	1.816

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALLY

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Pada tabel *model summary* diatas, dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (DW) = 1,816. Sedangkan untuk nilai dU dapat dilihat pada tabel Durbin-Watson dengan k (jumlah variabel independen) = 2 dan n (banyaknya sampel) = 100 dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% (0,05), dimana diperoleh hasil nilai dU = 1,715. Maka, kesimpulan dari uji Durbin-Watson pada penelitian ini adalah pengujian tidak dapat disimpulkan dalam model regresi yang digunakan. Hal ini berdasarkan pada perhitungan  $du (1,715) < DW (1,816) < 4 - dU (2,285)$ .

### c. Uji Heterokedastisitas

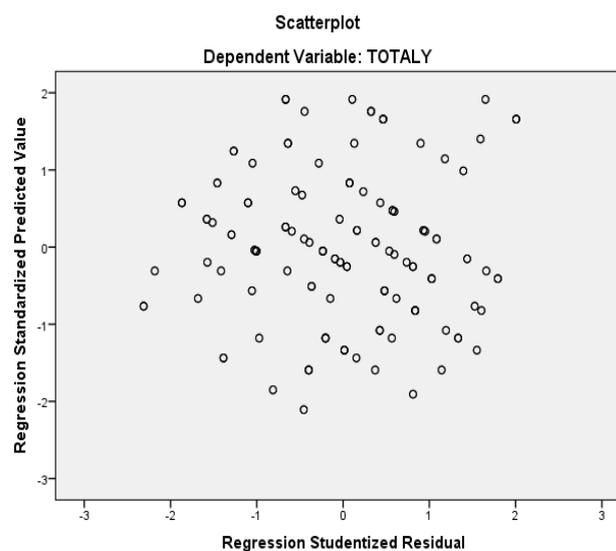
Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dengan residual satu pengamatan kepengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melakukan uji grafik *scatterplot* dan uji Glejser. Apabila nilai probabilitas signifikan  $> 0,05$  maka model regresi tersebut terbebas dari gejala heterokedastisitas. Adapun hasil dari pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Uji Grafik Scatterplot

Dasar analisis adalah tidak ada pola jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika ada pola tertentu, titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.2

Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot



**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan gambar hasil dari output SPSS 24 diatas, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 2) Uji Glejser

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser dapat dideteksi apakah terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat kepercayaan 5%. Jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas, begitupun sebaliknya.

Tabel 4.15

Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.658	2	2.829	3.690	.729 <sup>b</sup>
	Residual	74.361	97	.767		
	Total	80.019	99			

a. Dependent Variable: abs\_res

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.14 nilai signifikan yaitu sebesar  $0,729 > \alpha = 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

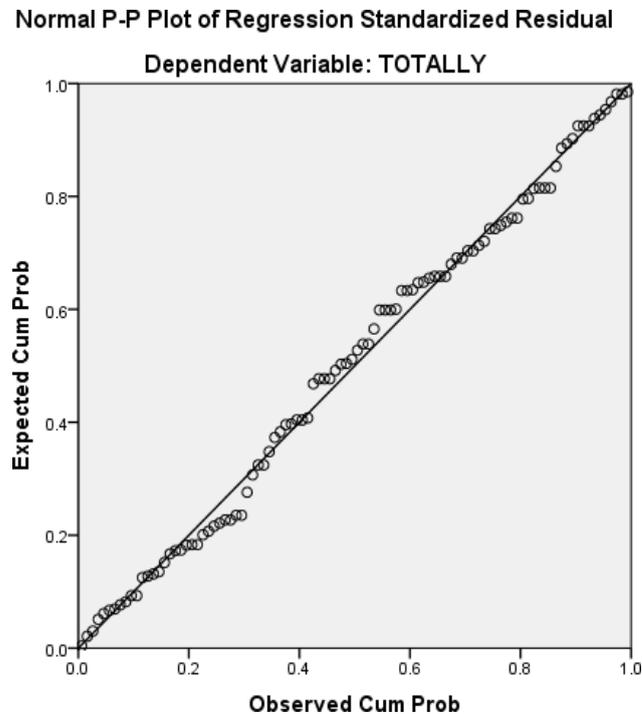
#### **d. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Cara yang bisa dilakukan untuk menguji kenormalan data yaitu dengan menggunakan grafik normal *probability plot* dan uji *Kolmogorof-Smirnov*. Jika  $Sig > 0,05$  maka data berdistribusi normal begitu pula sebaliknya. Berikut hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* pada penelitian ini.

## 1) Uji Grafik Normal Probability Plot

Gambar 4.3

Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Normal P.P Plot



**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan grafik tersebut menunjukkan bahwa penyebaran data mengikuti garis normal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

Uji normalitas dengan menggunakan *Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dapat dideteksi apakah berdistribusi normal atau tidaknya yaitu dengan membandingkan nilai signikasi dengan tingkat kepercayaan 5%. Jika nilai *sig*

*probability* lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka data yang dianalisis berdistribusi normal, begitupun sebaliknya.

Tabel 4.16

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54173386
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.060
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* diatas, didapatkan hasil signifikan dari uji normalitas sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari pada 0,05. Dapat disimpulkan bahwa uji tes pada penelitian ini adalah berdistribusi normal.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda, yaitu suatu alat statistik yang digunakan untuk mengukur atau mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan melibatkan lebih dari satu variabel independen. Bentuk persamaannya adalah  $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$ . Berikut merupakan hasil uji analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan:

Tabel 4.17

Tabel Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.991	2.535		.786	.434		
	TOTALX1	.486	.085	.397	5.732	.000	.695	1.439
	TOTALX2	.620	.081	.533	7.696	.000	.695	1.439

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2023.

Berdasarkan hasil *output* SPSS tabel *coefficients* diatas, diketahui bahwa nilai  $\alpha = 1,991$ , nilai  $\beta_1 = 0,486$ , dan nilai  $\beta_2 = 0,620$ . Sehingga model regresi linear berganda yang terbentuk pada penelitian ini adalah  $Y = 1,991 + 0,486X_1 + 0,620X_2 + \varepsilon$ . Hasil interpretasi model regresi adalah sebagai berikut:

- a.  $\alpha$  = nilai konstanta sebesar 1,991 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen bernilai tetap (konstan), maka nilai variabel dependen sebesar 1,991.
- b. Koefisien  $X_1$  (kualitas produk) sebesar 0,486. Koefisien  $X_1$  bernilai positif atau berbanding lurus dengan variabel dependen (Y). Artinya, setiap kenaikan 1% pada variabel kualitas produk, maka kepuasan pelanggan toko surya diprediksi akan mengalami peningkatan sebesar 0,486.
- c. Koefisien  $X_2$  (harga) sebesar 0,620. Koefisien  $X_2$  bernilai positif atau berbanding lurus dengan variabel dependen (Y). Artinya, setiap kenaikan 1% pada variabel harga, maka kepuasan pelanggan toko surya diprediksi juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,620.

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a. Uji Parsial (Uji t)**

Uji signifikan individual dua variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel terhadap variabel terikat dengan  $\alpha = 0,05$ . Dasar pengambilan keputusannya ialah jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, begitupun sebaliknya. Sementara itu, jika nilai sig.  $< 5\%$ , maka artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut ini adalah hasil uji signifikansi secara parsial variabel independen:

Tabel 4.19

Tabel Uji t (parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance
Model		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.991	2.535		-.786	.434	
	TOTALX1	.486	.085	.397	5.732	.000	.695 1.439
	TOTALX2	.620	.081	.533	7.696	.000	.695 1.439

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber : Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji t) pada tabel diatas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,732 dengan taraf signifikansi 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresi tersebut sebesar 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai sig. (0,000) < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko surya (Y).
- 2) Variabel Harga ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 7,696 dengan taraf signifikansi 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresi tersebut sebesar 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai sig. (0,000) < 0,05. Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko surya (Y).

### b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan  $\alpha = 0,05$  dan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat.
- 2) Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Berikut ini adalah hasil uji signifikansi secara simultan (bersama-sama) variabel independen:

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	491.433	2	245.716	101.287	.000 <sup>b</sup>
	Residual	235.317	97	2.426		
	Total	726.750	99			

a. Dependent Variable: TOTALLY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel diatas dapat diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 101.287 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai  $F_{tabel}$  untuk model regresi tersebut yaitu 2,76. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$   $101,287 > F_{tabel}$  2,76, dengan demikian keputusannya

adalah variabel X (Kualitas produk dan harga) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

### c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.20

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.822 <sup>a</sup>	.676	.670	1.558	1.816

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALLY

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R Square ( $R^2$ ) adalah 0,822 atau 82,2%. Hal ini berarti sebesar 65,8% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 82,2% variabel kepuasan pelanggan toko surya dijelaskan oleh variasi variabel independen kualitas produk dan harga. Sedangkan sisanya ( $100\% - 82,2\% = 17,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## C. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Surya

Dengan melibatkan sebanyak 100 responden, memberikan informasi dari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana dalam penelitian ini hasil uji regresi linear berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kualitas produk bertanda positif yang berarti kualitas produk berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji-t diperoleh  $t_{hitung}$  5,732 dengan taraf signifikan 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,985. Dimana dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $5,732 > t_{tabel}$  1,985. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk di toko surya elektronik dari hasil analisa memiliki pengaruh atau kontribusi yang bersifat langsung terhadap kepuasan konsumen karena kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. setelah mengkonsumsi produk dari toko surya elektronik pelanggan atau konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan tersebut yang mengungkapkan perasaan pelanggan atau konsumen untuk membeli kembali produk di toko surya elektronik. Sebaliknya jika konsumen atau pelanggan merasakan kekecewaan pada kualitas produk dari toko surya, maka konsumen atau pelanggan tidak akan membeli di kemudian hari.

berdasarkan hasil analisa indikator menunjukkan bahwa kualitas produk dalam penelitian terdiri dari indikator desain yang bagus, keunggulan dalam bersaing, dan daya tarik fisik. Desain yang bagus adalah ciri keistimewaan karakteristik sekunder atau pelengkap dan juga sebagai daya tarik produk terhadap panca indera. Keunggulan dalam bersaing berkaitan erat dengan daya tahan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Agar dapat bersaing dan berkembang sebuah perusahaan dituntut untuk mampu memberikan desain yang bagus, keunggulan, dan daya tarik suatu produk agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Definisi kualitas ini sangat jelas berpusat pada kepuasan pelanggan dan kepuasan tergantung pada kualitas produk dan jasa. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas produk dan jasanya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

Kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Setiap perusahaan/produsen harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Strategi kualitas dari produk yang dihasilkan harus mempertimbangkan konsumen yang dituju serta strategi dari para pesaing agar strategi kualitas dari produk yang digunakan dapat efektif.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, dapat dimaknai bahwa kualitas produk yang baik dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap

kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rifqi Purwo Adi yang berjudul pengaruh kualitas produk dan kewajaran harga terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening memiliki hubungan yang signifikan (positif).<sup>64</sup> Hal itu menunjukkan semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka dapat menimbulkan kepuasan pada pelanggan yang pada akhirnya dapat menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian ulang pada toko surya tersebut.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Surya**

Dalam penelitian ini hasil uji regresi linear berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel harga bertanda positif yang berarti harga berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan pelanggan toko surya elektronik. Berdasarkan uji-t diperoleh  $t_{hitung}$  7,696 dengan taraf signifikan 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,985. Dimana dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $7,696 > t_{tabel}$  1,985. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko surya elektronik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Dalam memasarkan sebuah produk harga merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi dalam kehidupan bisnis. dalam mencari sebuah produk tinggi rendahnya suatu harga sangat mempengaruhi

---

<sup>64</sup> Rifqi Purwo Adi, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening", *Management Analysis Journal*, Vol 2, No 1, 2014, diakses pada tanggal 1 Juni 2022 jam 20.05.

perhatian konsumen sehingga harga tersebut menjadi bahan pertimbangan khusus sebelum konsumen memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan jasa. Sehingga dari kebiasaan konsumen yang seperti itu, strategi dalam menetapkan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran sebuah produk yang ditawarkan.

Variabel harga memiliki keterkaitan secara berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. pada kenyataannya harga memiliki hubungan terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen atau pelanggan yang memiliki persepsi harga yang tinggi, dalam artian produk atau pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau toko mampu untuk memberi nilai tinggi kepada konsumen atau pelanggan, yaitu memberikan manfaat yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan sehingga dengan seperti itu tentunya konsumen atau pelanggan akan merasa puas dan juga sebaliknya.

Konsumen atau pelanggan menggunakan harga sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pembelian sebuah produk, pembelian dilakukan serta seberapa besar kebutuhan akan produk yang dibeli sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen atau pelanggan. Dalam sebuah produk harus tepat dalam menentukan atau menetapkan harga jualnya sehingga nantinya harga tersebut dapat diterima oleh konsumen atau pelanggan dan konsumen tidak akan mengabaikan kualitas produk tersebut.

Konsumen memiliki persepsi tentang harga bahwa semakin tinggi harga suatu produk maka makin tinggi pula kualitas produk pada toko tersebut, apabila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen maka yang terjadi

adalah produk tersebut akan memiliki nilai yang negative. Sehingga konsumen akan menganggapnya sebagai nilai yang buruk dan kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk toko tersebut. Akan tetapi sebaliknya, apabila manfaat yang diperoleh oleh konsumen lebih besar maka yang terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai yang positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi toko surya elektronik dalam menetapkan harga maka semakin kecil pembelian konsumen pada toko surya elektronik dan begitupun sebaliknya.

Harga sebuah produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila ia memiliki nilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Linda dan Imam dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Den Bei Kota Bekasi”, dimana hasilnya menunjukkan bahwa harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>65</sup> Pertimbangan utama yang mempengaruhi pelanggan bersedia membeli di toko surya elektronik meliputi kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, orientasi layanan serta penetapan harga dalam menentukan jenis produk yang dijual. Tingginya harga merupakan faktor penyebab ketidakpuasan pelanggan

---

<sup>65</sup> Linda Stefani dan Imam Wibowo, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Den Bei Kota Bekasi”, *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, Vol.7, No 2 Mei – Agustus 2019, diakses pada tanggal 14 Juni 2022 jam 20.05.

sehingga pelanggan enggan untuk menggunakan layanan yang diberikan perusahaan.

### **3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Surya Elektronik**

Dengan melibatkan sebanyak 100 responden, memberikan informasi dari pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana dalam penelitian ini hasil uji regresi linear berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kualitas produk dan harga bertanda positif yang berarti kualitas produk dan harga berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji-f diperoleh  $f_{hitung}$  101,287 dengan taraf signifikan 0,000. Nilai  $f_{tabel}$  yaitu 2,76. Dimana dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f_{hitung}$   $101,287 > f_{tabel}$  2,76. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut teori tingkah laku konsumen dalam pendekatan nilai guna kardinal dan nilai guna ordinal bahwa semakin banyak produk yang dikonsumsi maka semakin besar kepuasan yang didapatkan, semakin besar kepuasan konsumen yang didapatkan maka semakin mahal harganya dan apabila kepuasan yang dirasakan konsumen rendah maka dia hanya akan membayar dengan harga yang murah, dan

semakin banyak barang yang dikonsumsi oleh konsumen itu menunjukkan semakin tingginya tingkat kepuasan yang dimilikinya.

Kepuasan konsumen atau pelanggan akan terasa apabila konsumen merasa senang setelah keinginannya terpenuhi sesuai dengan harapannya. Kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk yang baik didukung dengan harga yang maksimal tidak akan mengecewakan konsumen atau pelanggan, sebaliknya apabila kualitas produk yang rendah dengan harga yang maksimal maka akan menyebabkan ketidakpuasan bagi konsumen atau pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan beberapa penelitian sebelumnya oleh Dewi dan Wulan yang melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Ni Komang Ayu Sintia Dewi dan Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Café Baturiti Tabanan Bali", *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol. 1. No. 2 Mei 2021, diakses pada tanggal 14 Juni 2022 jam 20.05.